

Determinan Perilaku Coping Adaptif terhadap stres pada Remaja di DKI Jakarta

Alwi, Puspita

Deskripsi Lengkap: <https://lib.fkm.ui.ac.id/detail.jsp?id=137670&lokasi=lokal>

Abstrak

Rebranding adalah aktivitas yang mempunyai tujuan untuk melakukan transformasi kedudukan brand dibenak pemilik kepentingan dan menjadikan label serta personalitas pembeda dengan lembaga lain. Upaya rebranding yang dilakukan rumah sakit daerah milik Pemerintah DKI Jakarta mempunyai tujuan untuk memperbaharui posisi brand dibenak masyarakat melalui perubahan nama, logo, posisi brand, dan meningkatkan kesan yang positif serta peningkatkan fasilitas pelayanan. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui perbandingan pelayanan dan tingkat keparahan penyakit sebelum dan sesudah dilakukannya rebranding 'Rumah Sehat Untuk Jakarta' di RSUD Pasar Minggu. Penelitian ini merupakan penelitian deskriptif kualitatif dengan melakukan studi perbandingan antara dua waktu, sebelum dan sesudah rebranding 'Rumah Sehat Untuk Jakarta' di RSUD Pasar Minggu pada bulan Mei 2024 dengan melakukan wawancara mendalam dengan informan terpilih. Hasil penelitian menunjukkan bahwa perbandingan kualitas pelayanan yang terlihat signifikan perubahannya pada dimensi bukti fisik (tangible) dan tidak terdapat program promotif dan preventif yang khusus dibuat sesudah adanya rebranding. Namun, promosi kesehatan pada media sosial terjadi perbaikan dari segi visual dan konten, serta peningkatan intensitas penggunaannya. Tingkat keparahan penyakit belum bisa diukur perbedaannya karena waktu penelitian yang masih sedikit. Kesimpulannya, rebranding 'Rumah Sehat Untuk Jakarta' memiliki tujuan yang baik, dengan perubahan signifikan terlihat pada logo, sarana prasarana, surat menyurat, dan seragam petugas. Dampak rebranding terhadap tingkat keparahan penyakit memerlukan analisis jangka panjang. Saran peneliti diharapkan Dinas Kesehatan DKI Jakarta melakukan keberlanjutan untuk rebranding 'Rumah Sehat Untuk Jakarta' dengan menginisiasi program promotif dan preventif dan RSUD Pasar Minggu diharapkan terus berkomitmen melaksanakan makna dari 'Rumah Sehat Untuk Jakarta' dalam memberikan layanan kepada pasien.

Rebranding is an activity that has aim of transforming the the brand's position in the stakeholders's mind and making the label and personality different from other institutions. The rebranding efforts carried out by regional hospitals belonging to the DKI Jakarta Goverment have the aim of renewing brand's position in the public's mind through changes in name, logo, brand position, increasing positive impressions and improving service facilities. This study aims to determine the comparison of services and severity level of illness before and after rebranding of 'Rumah Sehat Untuk Jakarta' at RSUD Pasar Minggu. This research is a descriptive qualitative approach by conducting a comparative study between two period, before and after rebranding 'Rumah Sehat Untuk Jakarta' at RSUD Pasar Minggu in May 2024, through in-depth interviews with selected informants. The research results show that the comparison of service quality shows significant changes in the dimension of physical evidence (tangible) and there are no specific promotive and preventive programs created after the rebranding. However, health promotion on social media has improved in terms of visuals and content, as well as an increase in the intensity of its use. The difference in the severity level of illness cannot be

measured because the research period. In conclusion, the rebranding 'Rumah Sehat Untuk Jakarta' has a positive purpose, with the significant changes observed in the logo, infrastructure, correspondence and staff uniforms. The impact of rebranding on severity level of illness requires long-term analysis. Researchers suggest that the DKI Jakarta Health Office should continue the rebranding efforts of 'Rumah Sehat Untuk Jakarta' by initiating promotive and preventive programs and RSUD Pasar Minggu is expected to continue committing to the essence of 'Rumah Sehat Untuk Jakarta' in providing patient services.